

零售客户经理营销技战术

课程对象：

零售客户经理、个人客户经理、理财经理、大堂经理

课程目的：

在过去几年里，金融业经历了动态的结构调整，这些调整深深地影响了销售过程。今天的消费者因市场波动性遭受损失后，习惯于怀疑，而且要求越来越高。

在

课程内容：

一、 银行进入互联网营销时代

1. 如何与“宝宝”们共舞
2. 高手过招，对决互联网
3. 银行从“变脸”到“变心”
4. 银行应对趋势的实践和策略

二、 客户需求是方向

1. 客户的年龄差异
2. 客户的文化结构及性别差异
3. 客户的收入结构和消费结构差异
4. 个性化服务业务

三、 让客户“用”起来

1. 找准客户
2. 让客户“用”起来
3. 对客户的“胃口”

四、银行客户经理的八大素质

1. “无信则不立”：诚信的人品
2. “满腹经纶是宝藏”：丰富的知识
3. “技高一筹胜算大”：高超的技艺
4. “有礼走遍天下”：得体的礼仪
5. “举手投足显本色”：优雅的动作
6. “良习如师益终生”：良好的习惯
7. “万绿丛中一点红”：独特的魅力
8. “境由心生人为峰”积极的心态

五、银行销售人员必知的七条公式

1. 寻找未来黄金客户的“MAN 法则”
2. 拟定销售计划的“5W1H”
3. 拔尖销售人员的“3H1F”
4. 销售 AIDAS 原理
5. 80\20 定律
6. P-D-C-A 管理循环
7. KASH:成功销售人员成长四要素

六、零售客户经理销售“六步曲”

1. “众里寻他千百度”寻找目标客户
2. “知己知彼百战不殆”掌握客户和产品的信息
3. “明朝有意报琴来”与客户的前期沟通
4. “一见钟情定成败”与客户的正式接触

5. “该出手时就出手”销售的促成
6. “瞻前顾后水流长”售后服务和维护客户

七、零售客户经理营销创新

1. “银行飞近百姓家”社区营销
2. “万千服务一柜牵”柜面营销
3. “取长补短谋双赢”联合营销
4. “巧借东风行船快”借力营销
5. “造势借势天下知”事件营销
6. “干戈总能化玉帛”危机营销
7. 7、“量身而定好裁衣”定制营销
8. 8、“各有乾坤在心中”差异营销
9. 9、“高者动于九天上”高层营销
10. 10、“羡鱼不如归织网”网络营销
11. 11、“真心换得客户心”服务营销
12. 12、“智者在商不言商”文化营销
13. 13、“化零为整营销忙”整合营销